

**MOTIF REMAJA SURABAYA DALAM MENONTON
PROGRAM ACARA *VARIETY SHOW***

“Music Lyric” DI SBO TV

**(Studi Deskriptif Motif Remaja Surabaya Dalam Menonton
Program Acara *Variety Show* “Music Lyric” di SBO TV)**

SKRIPSI



Oleh :

RAMADHANI
NPM. 0443010236

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2011**

**MOTIF REMAJA SURABAYA DALAM MENONTON
PROGRAM ACARA *VARIETY SHOW*
“Music Lyric” DI SBO TV**

**(Studi Deskriptif Motif Remaja Surabaya Dalam Menonton
Program Acara *Variety Show* “Music Lyric” di SBO TV)**

Oleh :
RAMADHANI
NPM. 0443010236

**Telah dipertahankan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal 14 Juni 2011**

Pembimbing Utama

Tim Penguji :

1. Ketua

Juwito, S.Sos, M.Si
NPT. 030 6704 95 0036 1

Juwito, S.Sos, M.Si
NPT. 030 6704 95 0036 1

2. Sekretaris

Dra. Sumardijjati, M.Si
NIP. 196203231993092001

3. Anggota

Dra. Diana Amalia, M.Si
NIP. 196309071991032001

**Mengetahui,
D E K A N**

Dra. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195507181983022001

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT karena atas segala rahmat dan ridhonya, maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **“MOTIF REMAJA SURABAYA DALAM MENONTON PROGRAM ACARA VARIETY SHOW “Music Lyric” DI SBO TV** (Studi Deskriptif Motif Remaja Surabaya Dalam Menonton Program Acara *Variety Show* “Music Lyric” di SBO TV)”. Penulisan skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan yang penulis miliki, baik dalam penyajian material maupun dalam pengungkapan bahasanya.

Disadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari segala bimbingan, bantuan, dan dorongan dari bapak Juwito, S.Sos, M.Si yang telah banyak memberikan pengarahan dan dorongan yang sangat bermanfaat sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, maka pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati ingin menyatakan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Orang tua dan keluarga tercinta serta seseorang yang selalu kusayangi.
2. Ibu Dra. Hj. Suparwati, MSi Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak Juwito, S. Sos, M.Si. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan selaku dosen pembimbing saya.
4. Teman-teman angkatan 2004, terimakasih atas bantuannya
5. Soelastrie People (Sibro, Jhonny, Negro, Ndoweh, Kecen, Krebo, Nyambek, Oon, Jojo, Spenk, Fariz, Tewel, Gembul, Elly, Boti, Toby, Reno, bayunegro, yungkie, bedus dan lainnya)
6. Dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang secara langsung telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Surabaya, April 2011

Ramadhani

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAKSI	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Kegunaan Penelitian	9
1.4.1. Kegunaan Teoritis	9
1.4.2. Kegunaan Praktis	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1. Televisi Sebagai Media Massa Elektronik	11
2.1.2. Pengertian Motif	13
2.1.3. Teori Kebutuhan	15

4.2.3. Kategori Motif Secara Umum	61
4.3. Motif Secara Keseluruhan	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1. Kesimpulan	70
5.2. Saran	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	39
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	40
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menonton	41
Tabel 4.5. Motif Kognitif Responden Mengetahui Perkembangan Gaya Hidup Remaja Saat Ini	43
Tabel 4.6. Motif Kognitif Responden Mengetahui Perkembangan Artis dan Musik Dalam Negeri	45
Tabel 4.7. Motif Kognitif Responden Mengetahui Perkembangan Artis dan Musik Luar Negeri	46
Tabel 4.8.. Motif Kognitif Responden Mengetahui Tips dan Trik Permasalahan Remaja dan Horor	48
Tabel 4.9. Motif Identitas Personal Responden Mengukur Kepribadian Diri Sendiri	50
Tabel 4.10. Motif Identitas Personal Responden Menemukan Panutan atau Tauladan	52
Tabel 4.11. Motif Identitas Personal Responden Memahami Tentang Dunia Musik, Khususnya Jenis Musik Yang Disukai	53
Tabel 4.12. Motif Identitas Personal Responden Menerapkan Tips Tersebut Dalam Kehidupan Sehari-hari	55
Tabel 4.13. Motif Hiburan Responden Mengisi Waktu Luang	56
Tabel 4.14. Motif Hiburan Responden Menghilangkan Ketegangan Dari Aktivitas Sehari-hari	58
Tabel 4.15. Motif Hiburan Responden Hanya Untuk Iseng Saja	59

Tabel 4.16.	Motif Hiburan Responden Melihat dan Mendengarkan Video Klip Terbaru	60
Tabel 4.17.	Motif Kognitif Secara Umum	62
Tabel 4.18.	Motif Identitas Personal Secara Umum	63
Tabel 4.19.	Motif Hiburan Secara Umum	65
Tabel 4.20.	Motif Secara Keseluruhan	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Berpikir	24
--------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner	73
Lampiran 2 Karakteristik Responden	77
Lampiran 3 Rekapitulasi Jawaban Responden Motif Kognitif	79
Lampiran 4 Rekapitulasi Jawaban Responden Motif Identitas Personal	81
Lampiran 5 Rekapitulasi Jawaban Responden Motif Hiburan	83
Lampiran 6 Total Keseluruhan Motif	87
Lampiran 7 Surat Keterangan Bakesbang Surabaya Pusat	89
Lampiran 8 Rating Acara "Music Lyric" SBO TV	90

ABSTRAKSI

Ramadhani, 0443010236, Motif Remaja Surabaya Dalam Menonton Program Acara *Variety Show* “Music Lyric” di SBO TV (Studi deskriptif tentang Motif Remaja Surabaya Dalam Menonton Program Acara *Variety Show* “Music Lyric” di SBO TV)

Seiring dengan semakin kompleksnya kebutuhan manusia, individu mulai aktif dalam menentukan media yang dapat menjadi sarana untuk dapat memenuhi kebutuhan mereka. Program acara variety show “Music lyric” di SBO TV menyajikan video klip dengan format karaoke. Selain itu acara tersebut juga memberikan informasi mengenai perkembangan dunia music dalam maupun luar negeri serta menghadirkan bintang tamu. Acaranya pun dikemas dengan beragam tema yang berbeda dalam setiap episode. Pada hari senin mengusung tema horror, Selasa dan Rabu tema semangat dan Kamis nekat sedangkan Jum’at chart lagu terpopuler.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *teori uses & gratifications* karena pada dasarnya setiap manusia memiliki kebutuhan dasar dan khalayak secara aktif memilih media massa untuk memenuhi kebutuhannya sehingga mendapat kepuasan dari penggunaan media massa tersebut. Kebutuhan tersebut adalah kebutuhan informasi, identitas pribadi dan kebutuhan untuk melepaskan diri dari ketegangan (hiburan).

Penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*, yaitu mencari sampel kebetulan. Jadi setiap remaja yang ditemui mempunyai peluang yang sama untuk dijadikan sampel atau responden dalam penelitian. Penyebaran kuisioner dilakukan dengan berkunjung ke berbagai lembaga pendidikan, misalnya SMA dan perguruan tinggi yang tersebar di Surabaya.

Hasil dari pengolahan data yang didapatkan melalui kuisioner yang disebarkan maka dapat disimpulkan bahwa dalam menonton program acara “Music Lyric” di SBO TV sebagian besar remaja yang didorong oleh motif informasi, identitas personal dan hiburan terdapat pada kategori sedang. Remaja didasari oleh keinginan yang bervariasi, disisi lain mereka membutuhkan informasi tapi juga ingin mencari sosok yang dapat dijadikan panutan atau bahkan untuk menghibur diri terkait dengan motif mereka dalam menonton acara tersebut.

Keyword : Motif, Remaja, acara variety show “Music Lyrics” di SBO TV

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator ke khalayak, sedangkan pengertian dari media massa sendiri adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan televisi. Dan media massa memiliki karakteristik, antara lain :

- a. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang yakni mulai proses pengumpulan, pengelolaan sampai penyajian informasi.
- b. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Walaupun terjadi reaksi atau umpan balik biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
- c. Meluas dan serempak artinya dapat mengatasi waktu dan jarak karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.
- d. Memakai peralatann teknis atau mekanis seperti radio, televise, surat kabar dan sebagainya.

- e. Bersifat terbuka, artinya dapat diterima oleh siapa saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin dan suku bangsa. (Cangara 2003 : 134)

Dalam pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa media massa bersifat melembaga dalam arti pihak yang mengelola adalah institusi dan bukan individu. Bersifat satu arah, maka respon yang didapat dari khalayak akan tertunda. Khalayak yang menerima dapat dikatakan heterogen dan berlangsung secara bersamaan.

Televisi sudah menjadi kebutuhan masyarakat untuk mengetahui perubahan serta peristiwa yang terjadi di belahan dunia lain mulai dari film, berita, hingga kemajuan teknologi yang tengah berlangsung. Dibandingkan dengan media massa yang lain televisilah yang paling efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Hal ini dikarenakan selain mengeluarkan suara, televisi juga menampilkan gambar, sehingga informasi yang disampaikan akan lebih mudah dimengerti. Pengaruh televisi terhadap sistem komunikasi tidak lepas dari pengaruh terhadap aspek – aspek kehidupan pada umumnya. Televisi disini menimbulkan pengaruh terhadap kehidupan masyarakat yang sudah terlanjur mengetahui dan merasakannya, baik pengaruh yang positif ataupun pengaruh yang negatif. (Effendy, 1996:122)

Menurut Skornis dalam bukunya *Television And society : An Incuest and Agenda* (1965), dibandingkan dengan media massa lainnya (radio, surat kabar, majalah, buku, dan sebagainya), televisi tampaknya mempunyai sifat istimewa. Televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar yang bersifat informatif, hiburan, maupun pendidikan, bahkan gabungan dari ketiga unsur di atas.

Televisi menciptakan suasana tertentu di mana para pemirsanya dapat melihat sambil duduk dengan santai tanpa kesengajaan untuk menyaksikannya. Penyampaian isi pesan seolah olah langsung antara komunikator dan komunikan. Informasi yang disampaikan oleh televisi mudah dimengerti karena jelas terdengar secara audio dan terlihat jelas secara visual.

Munculnya media televisi dalam kehidupan manusia memang menghadirkan suatu peradaban baru, khususnya dalam proses komunikasi dan informasi yang bersifat massa. Televisi sebagai media yang muncul belakangan dibanding media cetak dan radio ternyata memberikan nilai yang sangat spektakuler dalam sisi – sisi pergaulan hidup manusia saat ini (kuswandi, 1996 : 21).

Di Indonesia dunia pertelevisian berkembang pesat, terbukti dengan banyaknya televisi swasta baru dengan menawarkan program acara yang variatif. Beberapa media televisi yang dapat dinikmati oleh masyarakat untuk saat ini antara lain RCTI, Antevision, SCTV, INDOSIAR, METRO TV, TRANS TV, TV ONE, GLOBAL TV, TV7, dan MNC TV yang mengudara secara nasional, serta JTV, SBO TV dan beberapa televisi lokal lainnya.

Seperti SBO TV yang merupakan stasiun televisi lokal, khususnya untuk area Surabaya dan sekitarnya sebagai salah satu media elektronik stasiun televisi tersebut juga menyajikan berbagai program dengan segmentasi yang variatif. Terdapat beberapa program acara yang target pemirsanya dewasa serta ada pula yang segmentasinya remaja. Misalnya dari program acara yang motivatif sampai program acara yang hanya bersifat hiburan semata.

Tanggal 1 Mei 2007, SBO TV sebagai stasiun televisi lokal Surabaya. Menayangkan berbagai macam program acara hiburan, informasi dan berita yang dikemas dengan menarik. SBO TV tumbuh dengan cepat menjadi agen perubahan dan pembaharu dalam dinamika sosial masyarakat di Surabaya.

Saat ini SBO TV merupakan stasiun televisi lokal yang disaksikan oleh sekitar 500 ribu pemirsa yang tersebar di seluruh Surabaya dan lebih dari 10 kota di sekitarnya, atau kira-kira 80% dari jumlah penduduk Surabaya. Rancangan program-program menarik diikuti rating yang bagus, menarik minat pengiklan untuk menayangkan promo mereka di SBO TV.

Sejak awal, cita - cita SBO TV adalah menciptakan serangkaian acara unggulan dalam satu saluran, yang memungkinkan para pengiklan memilih SBO TV sebagai media iklan – iklan mereka. Cita - cita itu menjadi nyata karena sejak berdiri hingga saat ini SBO TV senantiasa menjadi market leader. Hingga tahun 2009, SBO TV tetap mempertahankan posisi market leader dengan pangsa pemirsa mencapai 17,9 % (ABC 5+) dan 17,5 % (all demo). SBO TV juga berhasil mempertahankan pangsa periklanan televisi tertinggi sebesar 15,2 % seperti dilaporkan oleh AGB Nielsen Media Research.

Di SBO TV, kualitas bukanlah kata tanpa makna, melainkan harmonisasi dari kreatifitas, idealisme, kesungguhan, kerja keras, kebersamaan dan do'a. Enam (6) aspek tersebut tercermin dan mewarnai program-program SBO TV yang mengusung motto "Spirit of The City" namun tampil dalam kemasan yang "Muda dan Dinamis".

Kualitas program-program SBO TV pada akhirnya mengantarkan SBO TV untuk selalu menjadi yang terdepan dalam industri penyiaran TV di Surabaya.

Kemudian salah satu program acara di SBO, yaitu ML (Music Lyric) merupakan program acara yang ditujukan bagi para remaja. Program acara variety show ini terbilang unik karena jam tayangnya pada jam 23.30 dini hari, yaitu ketika pada umumnya setiap orang sudah terlelap. Tapi, disini program ML hadir dengan kemasan menarik untuk menghibur pemirsanya yang masih beraktifitas. Dalam program ML tersebut mereka (pemirsa) bisa curhat lewat e-mail atau juga via telepon dan mendapatkan tips dan triks. Selain itu, pemirsa juga dapat menikmati video klip yang sedang tren saat ini maupun lagu – lagu lama.

Acara ML diharapkan dapat menghibur para pemirsanya. Jika dilihat dari nama program acaranya yaitu istilah ML lebih dikenal oleh sebagian orang yang berorientasi pada pornografi. ML dengan kepanjangan Making Love (bercinta dalam istilah bahasa Inggris) dan tentunya istilah ML menjadi menarik bagi sebagian orang yang familiar dengan penggunaan ML sebagai istilah Making Love. Akan tetapi ML pada salah satu program acara di SBO TV merupakan variety show interaktif yang membahas topik ringan dengan membuka line interaktif dan request video klip favorit.

Music Lyric adalah sebuah program musik yang mengajak audience ikut bernyanyi mengikuti irama lagu yang direquest melalui telpon (daftar lagu sudah kita sediakan sebelumnya). Selain mengajak penelpon bisa request lagu kesukaan mereka, program ini juga menyuguhkan informasi-informasi ringan yang sedang terjadi di sekitar kita baik resensi film maupun gossip artis kesayangan kita. Selain itu banyak kejutan-kejutan artis yang tampil secara LIVE di Music Lyric.

Selain itu, program acara yang di tayangkan tengah malam ini juga menyajikan tema berbeda dalam setiap episodenya. Pada hari senin memiliki tema horor, selasa dan rabu bertemakan semangat, Kamis menyajikan tema nekat sedangkan pada hari jumat menampilkan chart lagu. Akan tetapi dalam setiap tayangannya acara ini tetap tidak lepas dari benang merahnya yaitu mengenai video klip dari lagu terupdate maupun oldis dengan format karaoke. Terlebih lagi pembawa acaranya yang selalu berbeda pada setiap episodenya serta bintang tamu sesuai tema.

Acara Music Lyric ini diharapkan memberikan tayangan bagi para remaja yaitu dengan kemasan menarik sehingga dapat memenuhi kebutuhan pemirsanya. Sebagian besar remaja di dunia ini hampir dapat dipastikan merupakan pecinta musik. Terbukti dengan animo remaja ketika terdapat event – event musik, baik konser maupun program musik di televisi dan di radio yang sifatnya off air. Maka dari itu menjadi hal yang wajar ketika musik diidentikkan dengan para remaja.

Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti tentang motif remaja dalam menyaksikan program acara Music Lyric yang ditayangkan oleh SBO TV. Keunikan jam tayangnya yang mulai tayang pada jam 23.30 dini hari serta kemasan acaranya yang terkesan simple. Acara ini kebanyakan ditonton oleh para remaja yang beraktifitas malam hari. Dengan kata lain bagi para remaja yang sebagian besar mempunyai kebiasaan tidur larut.

Menurut Thorn Burg, motif merupakan sesuatu yang menggerakkan tingkah laku, selain itu motif memberikan arah bagi tingkah laku, motif juga dapat menimbulkan intensitas dalam bertindak, serta merupakan kunci pemuas kebutuhan.

Motif dapat timbul karena adanya kebutuhan yang harus dipenuhi. Individu merespon kebutuhan tersebut dengan bertindak laku, bertindak untuk memenuhi kebutuhan tersebut melalui penggunaan media. (Effendy, 1989 : 34)

Adapun menurut tipologi Blumler dalam Rakhmat (2001 : 66) mengenai kebutuhan seseorang dalam menggunakan media (2001 : 66), yaitu adanya kebutuhan akan informasi, kebutuhan menemukan penunjang nilai-nilai pribadi identitas personal, dan kebutuhan hiburan. Kebutuhan informasi disini kebutuhan seseorang untuk mengetahui keadaan lingkungan sekitarnya, misalnya informasi tentang kehidupan idolanya atau bahkan informasi mengenai tips-tips belajar dan berbagai informasi lainnya. Untuk identitas personal, seseorang butuh untuk menonjolkan dirinya terhadap orang lain, misalnya dengan menonjolkan kelebihanannya.. Selain itu seorang individu terkadang membutuhkan hiburan untuk melepaskan ketegangan dari aktifitasnya, dan sebagian orang merasa terhibur ketika mereka mendengarkan musik. Kebutuhan-kebutuhan itulah yang akhirnya mendasari motif remaja dalam menggunakan media, dalam hal ini menonton Music Lyric di SBO TV.

Setiap individu memilih media yang sesuai dengan kebutuhan mereka, hal ini sekaligus menentang gagasan *audience* pasif dan bergantung pada sejumlah asumsi. Satu diantaranya adalah bahwa anggota *audience* secara individual, dalam ukuran tertentu,. Memilih secara sadar dan termotivasi diantara berbagai pokok isi. Ada berbagai versi pendekatan yang berbeda dan berbagai rumusan teori yang mendasarinya. (Gurevitch, 1991 : 216)

Sebagian diantaranya lebih bersifat 'budaya' dan deskriptif, yang lain lebih bersifat keperilakuan dan fungsionalis. Satu dari pernyataan yang banyak dikutip tentang yang disebut kemudian mengemukakan bahwa semua studi seperti itu, memusatkan perhatian pada (1) sumber kebutuhan (2) *sosial* dan psikologis, yang menimbulkan (3) harapan terhadap (4) media massa dan sumber lainnya, yang mengakibatkan (5) perbedaan pola pembedahan (*exposure*) media massa (atau keterlibatan dalam aktifitas lain) yang menghasilkan (6) pemenuhan kebutuhan dan (7) konsekuensi lainnya. (Katz et al, 1974 : 20). Hal ini yang kemudian mendorong masyarakat atau individu menonton program acara Music Lyric di SBO TV untuk memenuhi kebutuhannya.

Berkaitan dengan pemilihan dan penggunaan media maka penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratifications*, dimana sebenarnya khalayak adalah pihak yang aktif dan menggunakan media tertentu untuk memenuhi kebutuhannya. (Rakhmat, 2001 : 65).

Pada penelitian ini *sampel* yang akan diteliti adalah remaja karena segmentasi dari acara Music Lyric di SBO TV ini adalah para remaja. Selain itu pada fase remaja merupakan masa dimana mereka suka beraktifitas malam serta mempunyai tingkat keingintahuan yang tinggi (selalu ingin tahu) terhadap sesuatu yang baru. Seperti yang dikatakan Monks et. Al. (2002 : 260) dalam bukunya Psikologi Perkembangan, bahwa remaja dibagi menjadi tiga fase yaitu masa remaja awal (12-15 tahun), masa remaja pertengahan (16-18 tahun) dan masa remaja akhir (19-21 tahun). Istilah remaja masih digunakan bagi mereka bahkan sampai usia 21 tahun, menunjukkan bahwa mereka masih pada tahap peralihan dari dunia remaja ke dunia dewasa.

Dalam penelitian ini peneliti memilih lokasi di Surabaya. Pemilihan kota Surabaya sebagai lokasi penelitian dikarenakan kota Surabaya adalah kota metropolis kedua setelah Jakarta. Selain itu SBO TV mengudara secara local, yakni Surabaya dan sekitarnya sehingga dapat di pastikan pemirsanya pun masyarakat Surabaya, khususnya para remaja.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka masalah yang diajukan adalah : Bagaimana motif remaja Surabaya dalam menonton program acara *variety show* "Music Lyric" di SBO TV?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana motif remaja Surabaya dalam menonton program acara *variety show* "Music Lyric" di SBO TV.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi tentang penelitian terhadap motif khalayak dalam mengkonsumsi media, khususnya media televisi sebagai referensi yang berguna untuk penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi industri media untuk memperhatikan kebutuhan khalayak. Selain itu penelitian dapat memberikan motivasi bagi industri media untuk selalu kreatif dalam mengemas program acaranya tanpa mengabaikan sisi edukatifnya.

